



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK FROZEN FOOD
SOSIS VIGO**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagai syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

HERI PRASTIAWAN

NIM. 11625104215

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU-PEKANBARU

1443 H/2021 M



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul *PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK FROZEN FOOD SOSIS VIGO (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR CV. CITA RASA BARU PEKANBARU)*, yang ditulis oleh:

NAMA : HERI PRASTIAWAN
 NIM : 11625104125
 PROGRAM STUDY : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Muharram 1443 H
 18 Agustus 2021

Pembimbing Skripsi

Akhmad Hamdalah, SE.L.,M.E, Sy
 NIK. 130 217 031

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODAK FROZEN FOOD SOSIS VIGO”**, yang ditulis oleh:

Nama : HERI PRASTIAWAN
 NIM : 11625104215
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 18 Oktober 2021
 Tempat : Ruang Munaqasyah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Oktober 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Budi Azwar, SE, M.Sc. AK

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M.Sc. AK

Penguji I
Desi Devrika Devra, M.Si

Penguji II
Jennius, S.E, MM



Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Zulkifli, M.Ag.

NIP. 197410062005011005



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021
: 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

: Heri Prastawan
: 11625104215
: Pdg Kuting 03-05-1998
: Sarjana dan Hukum
: Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA PRODUK
FROZEN FOOD SOSIS VIGO

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya * dengan judul sebagaimana tersebut

di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Setiap kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya , *saya ini, saya nyatakan

bebas dari plagiat.

Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan

Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)*saya tersebut, maka saya bersedia menerima

sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru,

.....ing membuat pernyataan



HERI PRASTAWAN

NIM : 11625104215

pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



ABSTRAK

Heri Prastiawan (2021): “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Poduk Frozen Food Sosis Vigo”

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk yang berkualitas dengan berbagai merek yang mampu mengangkat Religiusitas yang di pasarkan. Bisnis merupakan salah satu pilar ekonomi dalam kehidupan ini. Fenomena saat ini yang menarik di kalangan anak-anak bahkan orang dewasa adalah Frozen Food Sosis Vigo. Di distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru adalah salah satu distributor Frozen Food Sosis Vigo yang memperhatikan Religiusitas yang di tawarkan kepada konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Poduk Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Religiusitas terhadap minat beli konsumen. Bagaimanakah tinjauan ekonomi syariah tentang Religiusitas terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah 115 responden, namun sampel yang digunakan sebanyak 89 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Adapun variabel yang diteliti meliputi Religiusitas sebagai variabel bebas dan minat beli sebagai variabel terikat. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel bebas (Religiusitas) adalah 7,344. Sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,662 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan dari analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,383 atau 38,3 % yang artinya pengaruh variabel independen (Religiusitas) terhadap variabel dependen (minat beli) sebesar 0,383, ini menunjukkan kontribusi variabel independen adalah 38,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Tinjauan ekonomi syariah mengenai Pengaruh Religiusitas Frozen Food Sosis Vigo terhadap minat beli konsumen adalah kegiatan usaha disributor yang mampu menjadikan Religiusitas untuk menunjang penjualan menjadi lebih baik, serta memberikan pernyataan kepada konsumen tentang Religiusitas dengan kehalalan, kebesrsihan dan kandungan gizi dari produk yang dijual oleh distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci : *Religiusitas, Minat Beli*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat iman dan Islam, serta nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Poduk Frozen Food Sosis Vigo (Study Kasus Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)” tanpa ada suatu hambatan yang berarti.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang, dari alam kebodohan menuju alam yang penuh cahaya ilmu pengetahuan yakni dengan datangnya agama Islam. Semoga kita semua termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapat syafaat di hari kelak, Aamiin.

Terlaksananya penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan dan doa dari pihak-pihak terkait, yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya baik secara materil maupun non materil. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih yang tulus dari hati kepada:

1. Yang terhormat, teristimewa, terkasih dan tersayang ayahanda Riswan dan ibunda Siti Khodijah yang telah melahirkan mendidik dan mengorbankan tenaga dan pikirannya demi kebahagiaan penulis, memberikan kasih sayang, perhatian, do'a dan dukungannya yang tiada henti demi kesuksesan penulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dalam menuntut ilmu agar menjadi manusia yang patuh terhadap agama dan berguna bagi keluarga, masyarakat, agama dan bangsa.

2. Yang terhormat bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag, selaku rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitas akademis UIN SUSKA Riau.
3. Yang terhormat Bapak Dr.Zulkifli, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, Bapak Dr. H. Erman, M.ag , selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Mawardi, S.Ag, M.Si. selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III.
4. Bapak Dr. Syahpawi, M,Ag dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc. AK selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu dan nasehat-nasehatnya kepada penulis.
5. Bapak Ahmad Hamdalah SE, ME,Sy selaku pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing dan memberikan saran dengan penuh keikhlasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Ibu Zuraida, M.Ag selaku penasehat akademik yang memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam bidang akademik.
7. Bapak Jumangin dan Ibu Yuni selaku pemilik dan sekretaris usaha distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang telah bersedia memberikan informasi dan data kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Sahabat-sahabat tersayang serta teman-teman yang seperjuangan, secepat dan senasib yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

membantu dan memberikan senas serta do'a yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

9. Dan semua pihak yang telah bersama selama perjalanan penulis dalam berjuang untuk memperoleh segas S.E yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Do'a, semangat dan segala yang diberikan untuk penulis sangat berharga bagi penulis dan hanya Allah yang bisa membalas semuanya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa stripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu sekiranya ada kritik dan saran yang membangun dari pembaca penulis akan terima dengan senang hati. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi dan para pembaca yang budiman. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda.

Pekanbaru, Agustus 2021
Penulis,

HERI PRASTIAWAN
NIM. 11625104125

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	10
B. Religiusitas	11
C. Religiusitas Menurut Perspektif Islam	16
D. Minat Beli.....	19
E. Minat Beli Menurut Ekonomi Islam	23
F. Penelitian Terdahulu	26
G. Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	28
B. Subjek dan Objek Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel	29
D. Sumber Data.....	29
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Analisis Data	31
G. Model Penelitian	35



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Frozen Food Sosis Vigo Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	42
C. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Frozen Food Sosis Vigo	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

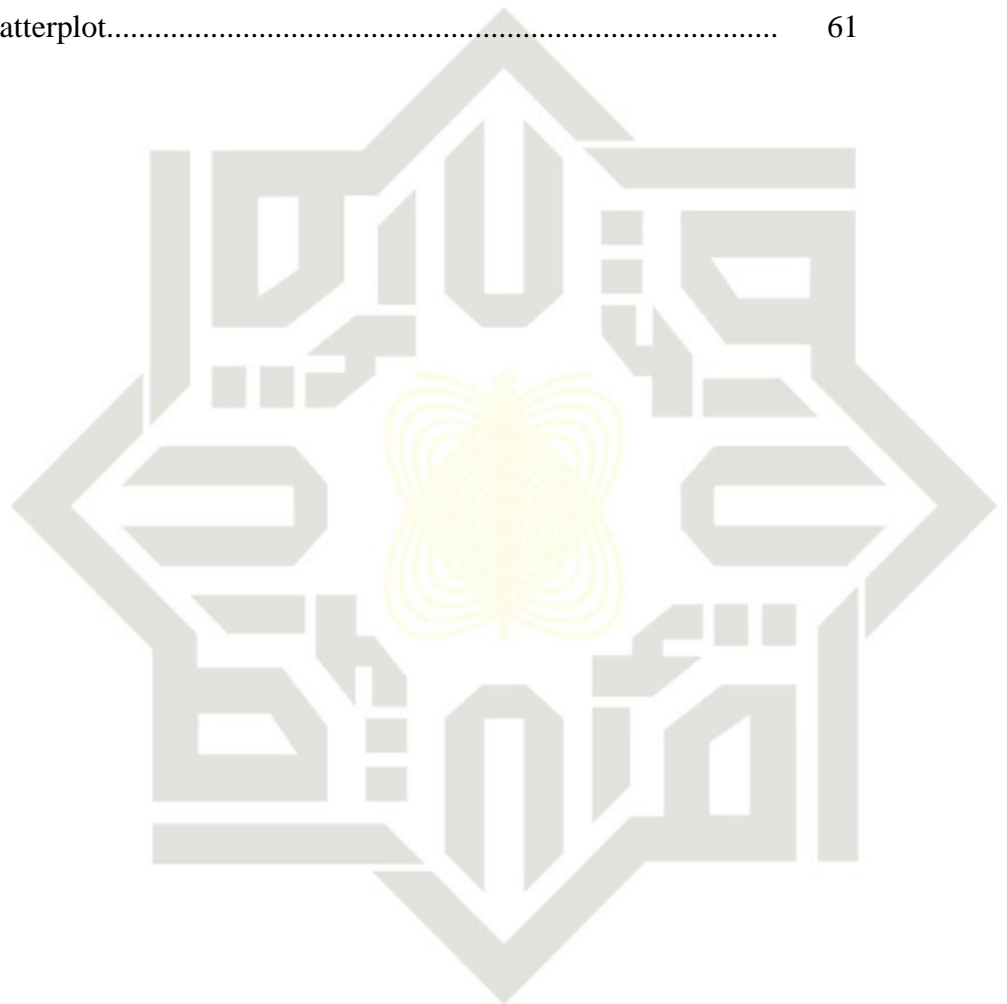
Tabel 1.1	Pendapatan dan penjualan Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2019.....	5
Tabel 1.2	Penjualan dan pendapatan Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2020.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3	Deskriptif Statistik	45
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas	46
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli.....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Validasi	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Sederhana	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji-t).....	65
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	35
Gambar 4.1 Struktur organisasi distributor CV.Cita Rasa Baru Pekanbaru ...	37
Gambar 4.2 Histogram	59
Gambar 4.3 Normal P-Plot.....	60
Gambar 4.4 Scatterplot.....	61



UIN SUSKA RIAU

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan atau pangan adalah salah satu kebutuhan hidup manusia yang paling mendasar dan merupakan suatu kebutuhan primer setiap manusia untuk mempertahankan hidupnya. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan, karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya.¹

Dengan alasan ini pula, banyak pengusaha yang mulai bermunculan dalam persaingan bisnis dalam persaingan bisnis yang pada akhirnya berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Persaingan yang sangat ketat sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk berpikir secara kreatif dan inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi perusahaannya dibandingkan dengan para pesaingnya. Perusahaan dituntut tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkan. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi (komunikasi) pemasaran yang efektif terutama kepada para konsumen. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir.

Persaingan yang terjadi didalam dunia bisnis tidaklah menjadi sesuatu yang menakutkan, karena para pedagang pastinya telah mensiasati setiap usahanya agar tetap eksis dan laris dipasaran. Dengan banyaknya usaha yang

¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: indeks, 2005), h. 401

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

didirikan, tingkat persaingan yang terjadi pun sangat ketat. Untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik yang akan tetap bertahan hidup selain dari pada itu perusahaan juga memperhatikan perilaku konsumen dari segi religiusitas pada produk tersebut untuk menunjang pemasaran agar lebih mudah menarik konsumen.

Konsep religiusitas erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia dibidang pemasaran untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Religiusitas adalah sebuah konsep manusia pada keyakinan atau agamanya sehingga penghambaan kepada Allah SWT, realitas tertinggi, asal muasal seluruh realita dan kepada siapa semua kembali.²

Perusahaan dituntut tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkan. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi (komunikasi) pemasaran yang efektif terutama kepada para konsumen agar minat beli konsumen tinggi terhadap produk dari perusahaan tersebut. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir.

Minat beli konsumen adalah faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Minat beli konsumen merupakan

²Basu swasta, *manajemen penjualan*, (yogyakarta;BPFE, 2001), Ed, ke-3, h.101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk, hal tersebut berasal dari dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap satu produk akan menyebabkan menurunkan minat beli konsumen.³

Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan penting pokok bagi pasar Islam yang bersih yaitu larangan menjual dan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, bersikap benar, amanah dan jujur, menegakkan keadilan dan mengharamkan riba, menerapkan kasih sayang, menegakkan toleransi dan keadilan.⁴

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.*

³Yamit, Zulian. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (yogyakarta; Ekonosia, 2001), h.

⁴Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. (Jakarta;Gema Insani, 1999), h. 189

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa:29)

Berdasarkan ayat diatas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan yang batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah memebelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti riba, judi, menipu. Termasuk juga dalam jalan batil ini segala jual beli yang dilarang syara', yang tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling "berkeridhaan" (suka sama suka) di antaramu, yakni dari kedua belah pihak.

Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.A Al-Baqarah ayat 279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: *Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.(Al-Baqarah : 279)*

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia, karena itu dalam perniagaan, islam melarang untuk menipu bahkan sekedar mebawa sekedar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan.⁵

Usaha distributor Frozen Food merupakan produk makanan yang didistribusikan oleh distributor CV. Sosis Vigo Cita Rasa Baru pekanbaru yang didistribusikan sejak tahun 2018 yang dimana awal pengambilan produk tersebut yang dipasarkan mendapat respon baik dari konsumen bahkan yang berminat terhadap produk tersebut juga banyak dan perusahaan mendapatkan omset dari penjualan produk tersebut yang cukup besar.

Berikut data penjualan dan pendapatan dari produk Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru diambil per 6 bulan pada tahun 2019 yang mengalami peningkatan pada setiap bulannya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.
Pendapatan dan penjualan Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2019

No	Bulan	Penjualan Frozen Food	Pendapatan Frozen Food 12,5%
1	Januari	Rp. 85.500.000	Rp. 10.687.500
2	Februari	Rp. 88.580.000	Rp. 11.072.500
3	Maret	Rp. 95.200.000	Rp. 11.900.000
4	April	Rp. 110.500.000	Rp. 13.812.500
5	Mei	Rp. 117.260.000	Rp. 14.657.500
6	Juni	Rp. 117.980.000	Rp. 14.747.500

Sumber: Data olahan dari bulan Januari-Mei Tahun 2019.

Dari data penjualan tersebut dapat kita ketahui bahwa respon baik dari konsumen terhadap produk tersebut dengan penjualan yang selalu meningkat pada setiap bulan mengalami peningkatan pada bulan januari penjualan

⁵Ibid, h. 191

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

mendapatkan Rp. 85.500.000 dan pada bulan juni meningkat menjadi Rp. 117.980.000. Namun, keadaan tersebut tidak bertahan lama sehingga dan penjualan mengalami penurunan setelah adanya perubahan pada kemasan yang didalam kemasan tersebut tidak lagi dicantumkan komposisi.⁶

Berikut data penjualan dan pendapatan Frozen Food yang mengalami penurunan diambil per 6 bulan pada tahun 2020 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Penjualan dan pendapatan Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2020

No	Bulan	Penjualan Frozen Food	Pendapatan Frozen Food 12,5%
1	Januari	Rp. 107.500.000	Rp. 13.437.500
2	Februari	Rp. 105.280.000	Rp. 13.160.000
3	Maret	Rp. 100.200.000	Rp. 12.525.000
4	April	Rp. 98.500.000	Rp. 12.312.500
5	Mei	Rp. 96.000.000	Rp. 12.000.000
6	Juni	Rp. 95.800.000	Rp. 11.975.000

Sumber : Data olahan dari bulan Januari-juni tahun 2020.

Dari tabel data pendapatan dan penjualan dari produk Frozen Food Vigo mengalami penurunan yang dibandingkan dengan penjualan tahun lalu yang dimana penjualan pada bulan januari yakni sebesar Rp. 107.500.000 dan penjualan pada bulan juli sebesar Rp. 95.800.000. hal tersebut menjadikan pertanyaan oleh peneliti yang ingin mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

Sebagai seorang pengusaha terutama untuk usaha distributor Frozen Food Sosis Vigo ini tentunya kita tidak bisa menghindari dari persaingan.

⁶Wawancara, direktur CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Untuk membuat produk dan usaha kita tetap berjalan dan terus memberikan keuntungan tentunya kita juga harus bisa menghadapi persaingan. Jangan sampai dikarenakan adanya persaingan kita justru malah mundur dan berhenti dalam menjalankan usaha. Justru sebaliknya, usaha tersebut harus mampu bersaing. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam permintaan konsumen sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Poduk Frozen Food Sosis Vigo (Study kasus pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)”**.

B. Permasalahan

1. Batasan Masalah

Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis perlu menetapkan batasan masalah yang diteliti yaitu mengenai pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas makan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo Berdasarkan tinjauan ekonomi islam pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui kehalalan, kebresihan, dan kandungan gizi terhadap produk Frozen Food Sosis Vigo berdasarkan tinjauan ekonomi Islam pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program Strata satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Hukum jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN)
- b. Menambah pengetahuan bagi masyarakat umumnya dan bagi peneliti khususnya untuk mengetahui perubahan pendapatan dan penjualan.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan bagi pembaca dalam menganalisa dan memahami hasil penulisan maka di buatlah suatu penulisan yang dibagi atas beberapa bab diantaranya sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Bab Satu Pendahuluan : Bab ini terdiri dari pendahuluan, latar belakang masalah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

Bab Dua Gambaran Umum Lokasi Penelitian : Dalam bab ini akan dijelaskan gambaran umum profil distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

Bab Tiga Tinjauan Teoritis : Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori ada hubungannya dengan permasalahan yang meliputi : Pengertian religiusitas , Konsep reigiusitas, pengertian minat beli, konsep minat beli, dan tentang kemasan dan citra merek serta minat beli konsumen yang Islami.

Bab Empat Hasil Penelitian Dan Pembahasan : Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru pekanbaru, pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo berdasarkan ekonomi syariah pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

Bab Lima Penutup : Merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari penulis sebagai jalan keluar.

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran

pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda antara manusia yang satu dengan yang lainnya, baik kebutuhan dan kehidupan tersebut akan selalu bertambah, baik jumlahnya maupun jenisnya, seiring dengan berjalannya waktu, manusia akan selalu berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhinya itu, dan hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan sesuatu yaitu kepuasan.

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran juga adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan.⁷

Pemasaran lebih mengutamakan kepuasan konsumen, sehingga perusahaan harus mengawali usahanya dengan mencari tahu kebutuhan dan keinginan tersebut. Laba diharapkan diperoleh dari kepuasan konsumen yang nantinya membeli dalam jumlah banyak, terus-terusan dan mungkin dengan harga yang menguntungkan.

⁷Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran & Aplikasi*, (Yogyakarta, Andi: 2016),

B. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Secara etimologi, religiusitas berasal dari kata religi, religiun (Inggris), religie (Belanda), religio (Latin), dan Ad-dien (Arab). Menurut Drikarya lata religi berasal dari bahasa latin religio yang akar katanya religare yang bereti ,emgikat. Maksudnya adalah suatu kewajiban kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengukuhkan diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitarnya.⁸

Secara esennsial agama merupkan peraturan-peraturan dari Tuhan yang maha esa berdimensi vertikal dan horizontal yang mampu memberi dorongan terhadap jiwa manusia, yang berakal agar berpedoman menurut peraturan tuhan dengan kehendaknya sendiri, tanpa dipengaruhi untuk mencapai kebahagiaan hidup didunia dan kebahagiaan di akhirat kelak.⁹

Agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia. Ikatan yang dimaksud berasal dari salah satu kekuatan yang lebih tinggi daripada manusia sebagai kekuatan gaib yang tidak dapat ditangkap dengan panca indera, namun mempunyai pengaruh yang besar sekali terhadap kehidupan manusia sehari-hari. Agama sangat mendorong pemeluknya untuk berperilaku baik dan bertanggung jawab atas segala

⁸ Daradjad, Z.. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: (Bulan Bintang, 1970). Hal 36

⁹ Hawi, A. *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbuatannya serta giat berusaha untuk memperbaiki diri agar menjadi lebih baik.

Glock dan Stark mengemukakan bahwa agama adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi. Thouless memberikan definisi agama hubungan praktis yang dirasakan dengan apa yang dipercayai sebagai makhluk atau wujud yang lebih tinggi daripada manusia.¹⁰

James mendefinisikan agama dengan perasaan dan pengalaman manusia secara individual yang menganggap bahwa mereka berhubungan dengan apa yang dipandang sebagai Tuhan. Tuhan menurutnya, adalah kebenaran pertama yang menyebabkan manusia terdorong untuk mengadakan reaksi yang penuh hikmat dan sungguh-sungguh tanpa menggerutu atau menolaknya.

Dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan ungkapan lain: iman, Islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.

Anggasari membedakan antara istilah religi atau agama dengan istilah religiusitas. Agama atau religi menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang dihayati oleh individu. Hal ini

¹⁰ Aviyah, E., & Farid, M. *Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja*. (Jakarta: Jurnal Psikologi Indonesia, 2014). Hal 127.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selaras dengan pendapat Dister yang mengartikan religiusitas sebagai keberagaman, yang berarti adanya unsur internalisasi agama itu dalam diri individu.

Lindridge menyatakan bahwa religiusitas dapat diukur dengan kehadiran lembaga keagamaan dan pentingnya agama dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama disertai dengan tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan-aturan dan menjalankan kewajiban-kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.

2. Fungsi Religiusitas

Fungsi religiusitas bagi manusia erat kaitannya dengan fungsi agama. Agama merupakan kebutuhan emosional manusia dan merupakan kebutuhan alamiah. Adapun fungsi agama bagi manusia menurut Jalaluddin agama memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan manusia meliputi:

a. Fungsi Edukatif

Para penganut agama berpendapat bahwa ajaran agama yang mereka anut memberikan ajaran-ajaran yang harus dipatuhi. Ajaran agama secara yuridis berfungsi menyuruh dan melarang. Kedua unsur suruhan dan larangan ini mempunyai latar belakang yang mengarahkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bimbingan agar pribadi penganutnya menjadi lebih baik dan terbiasa dengan baik menurut ajaran dan agama masing-masing.

b. Fungsi Penyelamat

Dimana pun manusia berada dia selalu menginginkan dirinya selamat. Keselamatan yang meliputi bidang yang luas adalah keselamatan yang diajarkan oleh agama. Keselamatan yang diberikan oleh agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam yaitu: dunia dan akhirat. Dalam mencapai keselamatan itu mengajarkan para penganutnya melalui: pengenalan kepada masalah sakral, berupa keimanan kepada Tuhan.

c. Fungsi Perdamaian

Melalui agama, seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui tuntunan agama. Rasa berdosa dan rasa bersalah akan segera menjadi hilang dari batinnya apabila seseorang pelanggar telah menebus dosanya melalui tobat, penyesalan atau penebusan dosa.

d. Fungsi Pengawasan Sosial

Para penganut agama sesuai dengan ajaran agama yang dipeluknya terikat batin kepada tuntunan ajaran tersebut, baik secara pribadi maupun secara kelompok. Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norms, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok karena:

- 1) Agama secara instansi, merupakan norma bagi pengikutnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Agama secara dogmatis (ajaran) mempunyai fungsi kritis yang bersifat profesi (wahyu, kenabian).

3. Faktor-faktor Mempengaruhi Religiusitas

membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu¹¹ :

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial)

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

- b. Berbagai pengalaman yang membantu sikap keagamaan

Terutama pengalaman-pengalaman mengenai:

- 1) Keindahan, keselarasan, dan kebaikan di dunia lain (faktor alami),
- 2) Konflik moral (faktor moral),
- 3) Pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif).
- 4) Faktor-faktor yang seluruhnya atau sebagian.

Timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi, terutama kebutuhan-kebutuhan terhadap keamanan, cinta kasih, harga diri dan ancaman kematian.

¹¹ Rajab, K. (n.d.). *Religius Psikologi*. (Yogyakarta: Aswaja Presindo 2005). Hal 87

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Berbagai proses pemikiran verbal (faktor intelektual)

Menurut Thouless berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas menurut Jalaluddin dipengaruhi beberapa faktor diantaranya pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial), berbagai pengalaman yang membantu sikap keagamaan, dan berbagai proses pemikiran verbal.¹²

C. Religiusitas Menurut Perspektif Islam

Dalam surat Al-Baqarah ayat 208 dijelaskan bahwa umat islam diminta untuk beragama secara penuh atau tidak setengah-setengah. Di dalam aktivitasnya sehari-hari, umat Islam diharapkan untuk selalu ber-islam atau apapun yang dilakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah.¹³

Allah SWT memerintahkan kita untuk beriman secara penuh dan menjauhi musuh besar umat Islam yakni syaitan. Sebagaimana yang difirmankan dalam Al-quran surat Al Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

¹² Ibid, Hal 90

¹³ Jalaludin. Psikologi Agama. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) . hal 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Salah satu kenyataan yang terjadi dalam sepanjang sejarah perjalanan umat manusia adalah fenomena keberagamaan (religiousity). Sepanjang itu pula bermunculan beberapa konsep religiusitas. Namun demikian, para ahli sepakat bahwa agama berpengaruh kuat terhadap tabiat personal dan sosial.

Keberagamaan itu sendiri mengandung arti suatu naluri atau insting untuk meyakini dan mengadakan suatu penyembahan terhadap suatu kekuatan yang ada di luar dirinya. Naluri keberagamaan ini sudah ada pada setiap manusia sejak ia dilahirkan yang berupa benih-benih keberagamaan yang dianugerahkan Tuhan pada setiap manusia.

Agama memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Manusia religius adalah manusia yang struktur mental secara keseluruhan dan secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan, dan tertinggi yaitu Tuhan. Manusia membutuhkan agama untuk memenuhi kebutuhan rohani serta mendapat ketentraman dikala mereka mendekatkan diri dan mengabdikan kepada yang Maha Kuasa.

Hal ini dijelaskan dalam QS. Ar-rum: 30 dan QS. Ar-Rad: 28.

Al-Quran Surat Ar-rum ayat 30

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya : Maka hadapkanlah wajahmu dengan Lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. tidak ada peubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Al-Qur'an Surat Ar-Rad ayat 28

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴿٢٨﴾

Artinya : (yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka manjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram.

Sebagaimana kita ketahui bahwa keberagamaan dalam Islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas lainnya. Sebagai sistem yang menyeluruh, Islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh baik dalam berpikir, bersikap maupun bertindak, harus didasarkan pada prinsip penyerahan diri dan pengabdian secara total kepada Allah, kapan dimana dan dalam keadaan bagaimanapun. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Bayyinah:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ ﴿١٠﴾

Artinya : Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus[1595], dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan yang demikian Itulah agama yang lurus.

Pembagian dimensi keberagamaan atau religiusitas dalam Islam dibagi menjadi 3, yaitu akidah islam, syariah, dan akhlak. Akidah merujuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya. Di dalam islam, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar. Sementara itu syariah merujuk pada seberapa tingkat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam hal ini menyangkut dimensi peribadatan yaitu pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Qur'an, doa, zikir, ibadah kurban, iktikaf di masjid di bulan puasa, dan sebagainya. Untuk yang terakhir yaitu akhlak yang merujuk pada seberapa tingkatan Muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, menyejahterahkan dan menumbuhkembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, dan sebagainya

D. Minat Beli

1. Pengertian Minat Beli

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah Penerima ransangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.¹⁴ Thamrin berpendapat minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Menurut Ajzen, minat beli didefinisikan sebagai kecenderungan atau hasrat dari konsumen yang didasari oleh adanya suatu objek ataupun peristiwa.¹⁵

¹⁴Yudrik Jaya, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2001), h. 63

¹⁵Ajzen, William, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Binarupa Aksara, 2008), h. 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingi memiliki barang tersebut.

Minat membeli merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Seringkali konsumen mengutarakan minat pembelian mereka yang mecakup pada dua kategori, diantaranya yaitu:

- a. Minat membeli produk berikut merek

Kategori ini dapat disebut sebagai minat pembelian yang terencana sepenuhnya. Biasanya minat beli pada kategori ini sangat kuat yang merupakan hasil daari keterlibatan tinggi (*high involvement*), sehingga konsumen bersedia untuk menginvestasikan waktu dan tenaga untuk berbelanja.

- b. Minat membeli produk saja

Kategori ini juga dapat disebut sebagai minat beli yang terencana, namun tidak sepenuhnya, sebab konsumen hnaya berniat untuk membeli suatu produk, sementara pilihan mereknya baru akan ditentukan konsumen ketika sudah berada di lokasi penjual.¹⁶

¹⁶Engel, J,F, D.T. Kollal & R.D Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta, Binarupa, 2009), h. 201

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Swastha, hal-hal yang perlu menjadi perhatian pemasar pada aspek minat beli konsumen adalah sebagai berikut:

1. Minat dianggap sebagai pelengkap atau perantara faktor-faktor motivasional yang memiliki dampak pada suatu perilaku.
2. Minat menunjukkan seberapa keras seseorang untuk berani mencoba atau kemauan seseorang untuk bertindak.
3. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan.
4. Minat menunjukkan hubungan terdekat dengan perilaku selanjutnya (beli atau tidak membeli).¹⁷

2. Indikator Minat Beli Konsumen

Menurut Swastha, untuk mengukur minat beli dapat ditunjukkan dengan sejumlah indikator sebagai berikut

- a. Pilihan (preferensi) produk atau merek tertentu dibandingkan dengan yang lainnya.
- b. Membeli produk pada saat dibutuhkan.
- c. Tidak membeli produk dari pesaing atau produk substitusi meskipun produk yang dicari sedang tidak didapatkan.

Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli.

¹⁷Swastha, B. Dan T.H. Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2008), H. 87,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merferensialkan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensial utama pada produk tersebut. Preferensi intinya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.¹⁸

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

Swastha dan Irawan menjelaskan bahwa faktor pembentuk dari minat beli konsumen adalah perasaan emosi, yang mana dapat diketahui ketika seorang konsumen merasa puas dan menemukan nilai lebih pada saat mengkonsumsi barang atau jasa, maka perasaan emosi tersebut akan memperkuat minat beli konsumen terhadap barang atau jasa.

Dimyati Mahmud menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang, diantaranya yaitu:

- a. Faktor yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan rohani.
- b. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.

¹⁸Ferdinand, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: Erlangga,2002), jilid 1, h.129

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu keinginan atau objek tertentu.¹⁹

E. Minat Beli Menurut Ekonomi Islam

1. Konsep Minat Beli Menurut Ekonomi Islam

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk mewujudkannya. Perilaku konsumen islami didasarkan atas keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Alquran dan Sunnah. Islam memberikan konsep pemuasan kebutuhan diiringi kekuatan moral, memberikan konsep tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan antara sesama.

Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah swt. Prinsip dasar perilaku konsumen islami dapat disimpulkan sebagai berikut:²⁰

a. Prinsip Syariah

Menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi dimana terdiri dari:

1) Prinsip Aqidah

Hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai

¹⁹Dimiyati Mahmud, *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Terapan*, (Yogyakarta: BPJF, 2001), h.56

²⁰ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2* (Pekanbaru: Al-Mujtahdah Press, 2014), h. 94

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh Pencipta.

2) Prinsip Ilmu

Sesorang ketika akan mengkonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya, apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram, baik dari segi zat, proses, maupun tujuannya.

3) Prinsip Amaliah

Sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islam tersebut, seseorang dituntut untuk menjalankan apa yang diketahui, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram dan syubhat.

b. Prinsip Kuantitas

Sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariah Islam, diantaranya:

1) Sederhana

Mengkonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, mubazir, namun juga tidak pelit.

2) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran

Dalam mengkonsumsi harus dengan kemampuan yang dimilikinya, buka besar pasak daripada tidang.²¹

²¹*Ibid*, h.95

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Menabung dan Investasi

Tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.

c. Prinsip Prioritas

Dimana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu:

1) Primer

konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok.

2) Sekunder

Konsumsi untuk menambah/meningkatkan tingkat kualitas hidup lebih baik, jika tidak terpenuhi maka manusia akan mengalami kesusahan.

3) Tersier

Konsumsi pelengkap manusia.

d. Prinsip Sosial

Memperhatikan lingkungan sosial disekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya:

1) Kepentingan Umat

Saling menanggung dan menolong sehingga Islam mewajibkan zakat bagi yang mampu juga menganjurkan shadaqah, infak dan wakaf.

2) Keteladanan

Memberikan contoh yang baik dalam mengkonsumsi baik dalam keluarga maupun masyarakat.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penluis menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan acuan dalam menyelesaikan skripsi. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen. hasil dari beberapa peneliti akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini.

Adapun penelitian terdahulu mengenai topik penulis dapat dilihat dalam tabel dibawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Tegar Pangesti Mahardika (2019)	Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap terhadap minat beli konsumen
2	Bintang Ghaliyan Ibnunas (2020)	Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Cni Street Food Di Jakarta Barat)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atau perubahan antara religiusitas terhadap minat pembelian produk halal



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dilakukan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum empirik.

H_0 : Religiusitas tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap minat beli

H_1 : Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli

Berdasarkan pada rumusan masalah dapat dirumuskan hipotesis kerjanya pada penelitian ini yaitu : diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara religiusitas terhadap minat beli konsumen frozen food sosis vigo pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.²²

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Alasan pemilihan lokasi penelitian dikarenakan adanya perubahan pendapatan dari penjualan yang awalnya meningkat menjadi menurun.

B. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek dalam penelitian ini adalah, karyawan dan konsumen pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
2. Objek penelitian ini adalah pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen Frozen Food Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

²²Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Persada*, (Jakarta, Raja Grafindo 2001),hal

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

C. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah karyawan distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru sebanyak 10 orang dan konsumen sebanyak 105 orang. Jadi total populasi adalah 115 orang

Dari populasi tersebut diambil dan ditetapkan sebagai sample dengan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 5% atau 0.05 penentuan smapel dengan rumus sebagai berikut.²³

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Margin Of Error

Maka sampel yang didapatkan dari konsumen sebanyak 89 orang responden.

D. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah:

1. Data primer

Data yang diperoleh langsung dari distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

2. Data sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari riset perpustakaan (*Library Research*) dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

²³Prof. Dr. Rully Indrawan, M. Si. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kulitatif, dan Campuran (Bandung, Retika Aditama ; 2016), h. 68

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dari lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan instrument:

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi dilapangan.

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan proses komunikasi secara langsung dengan melakukan tanya jawab kepada responden seputar informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun yang penulis wawancarai antara lain: Direktur ditrisbutor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru, Bagian Pemasaran Produk Frozen Food , serta konsumen Frozen Food.

3. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang diri pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

F. Analisis Data

Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipoteseis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikan perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Analisis yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Uji instrumen penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $> r$ tabel.

Adapun rumus yang dipakai pada uji validitas ini adalah dengan *korelasi pearson produk moment* yang sudah ada dalam program SPSS.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian ini dilakukan dengan cara *cronbach's alpha*. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketetapan pemilihan uji statistik parametrik mensyaratkan data harus berdistribusi normal.²⁴ Data yang digunakan untuk mengetahui pola distribusi dari suatu data hasil penelitian sehingga analisis validitas, reliabilitas, regresi uji t dan korelasi dapat dilaksanakan.

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, maka regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data yang normal atau mendekati normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka akan disebut

²⁴Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, (jakarta: Ufuk Pers, 2011), h. 129

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan heteroskedastisitas. Apabila titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka akan terjadi heteroskedastisitas. Dan apabila titik-titik terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*data time series*) maupun tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut (*cross sectional*). Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu pengujian yang umum digunakan untuk menguji adanya autokorelasi adalah uji statistic Durbin Watson. Uji ini dihitung berdasar jumlah seluruh kuadrat nilai-nilai faktor pengganggu.

3. Uji Model Regresi

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan hubungan dua variabel melalui melalui koefisien regresinya. Dimana variabel independen (X) citra merk sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat beli.

$$Y = \alpha + \beta X$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan : Y = variabel terikat

α = konstanta

β = koefisien arah regresi linear

X = variabel bebas

Berdasarkan model rumus Regresi linear sederhana diatas maka dalam penelitian ini, diturunkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dimana : Y = minat beli

α = konstanta

β = koefisien arah regresi linear

X = religiusitas

4. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen.

b. Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi determinasi merupakan ukuran kehandalan model dalam menerangkan perubahan dan nilai variabel dependent (minat beli). Nilai koefisien determinasi berada antara 0-1, jika koefisien determinasi adalah 1 maka dapat disimpulkan bahwa perubahan nilai

variabel dependent sempurna diterangkan oleh variabel-variabel bebas dan variabel independent dalam model.

H. Model Penelitian

Model penelitian ini dapat diterangkan bahwa kemasan Frezoon Food dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Model penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1

Kerangka pemikiran penelitian



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka akan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis persamaan regresi diperoleh $Y = 8,303 + 0,468X$ artinya nilai konstanta $a = 8,303$, mengandung arti bahwa ketika variabel religiusitas (X) dianggap sama dengan 0, maka nilai variabel minat beli (Y) 8,303. dan nilai citra merek (X)=0,468 hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai citra merek, maka nilai minat beli bertambah sebesar 0,467. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Hasil uji t adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Nilai $t_{hitung} 7,344 > t_{tabel} 1,662$ (5%). Dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,383 artinya nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (religiusitas) terhadap naik turunnya variabel dependen (minat beli) adalah sebesar 38,3% dan sisanya 61,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini.
2. Tinjauan ekonomi syariah mengenai religiusitas frozen food sosis Vigo terhadap minat beli konsumen pada usaha distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru adalah kegiatan usaha distributor yang mampu menjadikan Religiusitas untuk menunjang penjualan menjadi lebih baik, serta



memberikan pernyataan kepada konsumen tentang kehalalan, kebersihan dan kandungan gizi dari produk yang dijual oleh distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang sesuai dengan syariat Islam. Hal tersebut akan menjadikan minat beli konsumen lebih meningkat, dikarenakan tidak ada keterpaksaan atau berlaku suka sama suka

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran mengenai pengaruh Religiusitas Frozen Food Sosis Vigo terhadap minat beli konsumen sebagai berikut:

1. Kepada pemilik usaha distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya menarik minat beli konsumen dengan tetap memperhatikan kualitas produk dengan religiusitas yang diberikan.
2. Bagi peneliti yang akan datang disarankan untuk meneliti fakto-faktor selain Religiusitas yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini disebabkan penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, William, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Binarupa Aksara, 2008)
- Achmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2* (Pekanbaru: Al-Mujtahdah Press, 2014)
- Aviyah, E., & Farid, M. *Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja*. (Jakarta: Jurnal Psikologi Indonesia, 2014)
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Persada*, (Jakarta, Raja Grafindo 2001)
- Basu swasta, *manajemen penjualan*, (yogyakarta; BPFE, 2001)
- Daradjad, Z.. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: (Bulan Bintang, 1970)
- Dimyati Mahmud, *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Terapan*, (Yogyakarta: BPFF, 2001)
- Engel, J.F, D.T Kollal & R.D Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (yogyakarta; Graha Ilmu, 2008)
- Engel, J.F, D.T. Kollal & R.D Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta, Binarupa, 2009)
- E-book; Achmad Djaelani Sediaotama, *Ilmu Gizi Menurut Pandangan Islam* (Jakarta: Dian Rakyat, 1990)
- Fady Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran & Aplikasi*, (Yogyakarta, Andi: 2016)
- Ferdinand, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Hawi, A. *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)
- Jahrudin. *Psikologi Agama*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: indeks, 2005)
- Raab, K. (n.d.). *Religius Psikologi*. (Yogyakarta: Aswaja Presindo 2005)
- Rully Indrawan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kulitatif, dan Campuran* (Bandung, Retika Aditama ; 2016)
- Swastha, B. Dan T.H. Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisi Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2008)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

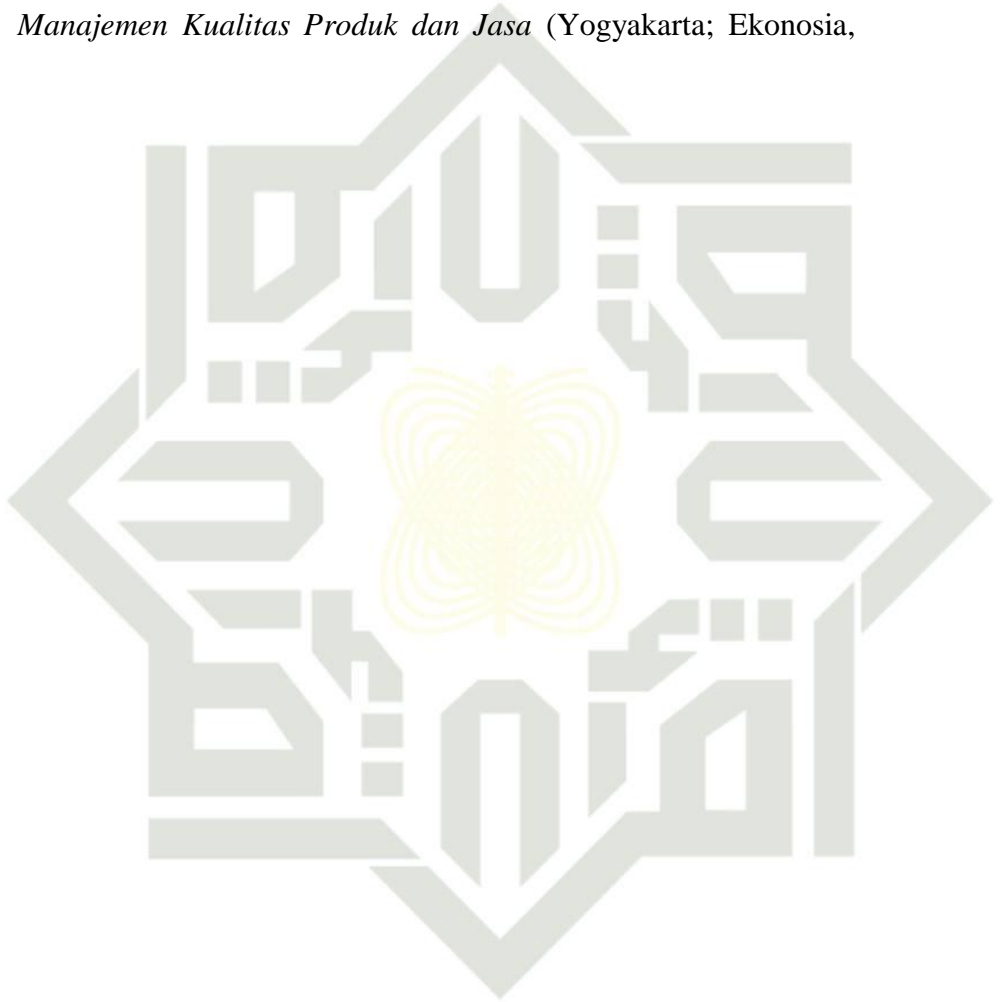
Sumitro. *Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan* (Jakarta; Erlangga, 1993)

Wawancara direktur CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. (Jakarta; Gema Insani, 1999)

Yudrik Jaya, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2001)

Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta; Ekonosia, 2001)



UIN SUSKA RIAU

DOKUMENTASI



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

KUISIONER

Assalamu'alaikum Wr Wb

Responden yang terhormat

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan bapak/ibu sdr/i konsumen sosis Vigo untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang di berikan bapak/ibu sdr/i dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas bapak/ibu sdr/i karena angket ini semata-mata untuk kepentingan penelitian di Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan ekonomi syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau dalam rangka penyusunan SKRIPSI dengan judul **“Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat beli Konsumen Pada Produk Frozen Food Sosis Vigo (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)”**

Angket ini ditujukan kepada konsumen Sosis Vigo pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Atas bantuan bapak/ibu sdr/i dalam pengisian angket ini saya ucapkan ribuan trimakasih

A. Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Usia :
 Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian

Bapak/ibu sdr/i diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada salah satu pernyataan yang sesuai menurut anda keterangan:

- | | |
|-----------------------|------------------------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | 4. Tidak Setuju (TS) |
| 2. Setuju (S) | 5. Sangat Tidak Setuju (STS) |



1. Religiusitas

3. Netral (N)

Pernyataan

SS S N TS STS

1. Sebelum makan saya selalu berdoa
2. Ketika makan saya selalu menggunakan tangan kanan
3. Ketika makan saya selalu duduk
4. Selesai makan saya selalu berdoa
5. Keyakinan agama mengharuskan saya mengkonsumsi produk makanan halal
6. Faktor kesehatan mengharuskan saya mengkonsumsi makan halal
7. Saya selalu menghibdari pembelin produk yang dianggap makruh
8. Saya memiliki pengetahuan dasar tentang agama saya mengenai produk makanan halal
9. Saya merasa nyaman ketika memilih makanan sesuai dengan hukum islam
10. Saya merasa takut saat tidak tahu hukum dari makanannya
11. Mengkonsumsi makanan halal menjadikan saya pribadi yang baik
12. Mengkonsumsi makanan halal menjadikan saya pribadi yang jujur dan adil dengan orang lain
13. Setiap akan mengkonsumsi sebuah produk saya selalu pastikan bahwa bahan pembuat produk itu adalah halal
14. Pemerintah sudah bertanggung jawab aatas ketersediaan produk halal



Minat Beli

Pernyataan

SS S N TS STS

- 1 Saya mudah mengenali produk frozen food sosis vigo
- 2 saya mudah membedakan produk frozen food sosis vigo dengan produk-produk lain yang sejenis
- 3 Saya bermaksud merekomendasikan produk halal rumah digunakan pada orang-orang di sekitar saya
- 4 Ketika saya mengkonsumsi produk frozen food sosis vigo maka saya akan semakin percaya diri
- 5 Saya berusaha mendapatkan informasi tentang produk halal
- 6 Produk frozen food sosis vigo memiliki rasa yang nikmat
- 7 Produk frozen food sosis vigo memiliki sensasi untuk membelinya kembali
- 8 Saya berniat untuk terus menggunakan produk halal yang saya gunakan secara teratur
- 9 Saya akan terus membeli dan menggunakan produk halal

UIN SUSKA RIAU



TABULASI KUESINONER

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

RELIGIUSITAS															
X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X	
4	4	3	3	3	5	5	4	3	4	4	4	5	5	56	1
4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	5	53	2
4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	49	3
4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	4	2	3	4	54	4
4	4	4	3	3	5	5	5	4	3	3	4	4	4	54	5
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	64	6
4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	2	2	2	3	48	7
4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3	4	52	8
4	3	3	2	2	5	5	5	4	3	3	3	4	4	50	9
4	4	3	3	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	51	10
4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	54	11
5	4	3	3	2	5	4	4	3	2	2	3	4	4	48	12
5	5	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	56	13
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	63	14
5	5	5	3	3	5	2	2	5	3	3	3	3	3	50	15
5	5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	58	16
5	4	4	2	2	5	5	4	5	2	5	4	5	5	57	17
5	5	5	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	5	56	18
5	5	5	4	3	4	4	5	5	2	4	4	4	4	58	19
4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	50	20
4	3	2	3	4	5	5	4	3	2	2	5	4	3	48	21
4	4	4	3	2	5	4	4	3	3	4	4	4	4	52	22
4	3	4	3	3	5	5	5	4	3	3	4	4	4	54	23
4	3	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	4	4	51	24
4	4	3	3	2	5	5	5	4	3	3	3	4	4	52	25
4	4	3	2	2	5	5	5	4	4	3	3	3	4	51	26
3	3	3	3	3	5	5	4	4	2	3	3	4	5	51	27
4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	2	3	3	4	51	28
4	5	3	3	3	5	5	4	3	2	3	3	3	4	52	29
5	3	5	3	3	5	5	4	3	2	2	3	4	4	53	30
4	3	2	2	2	5	5	5	3	2	2	4	4	5	50	31
4	3	3	3	3	5	4	4	3	3	2	4	4	5	52	32
4	3	2	2	2	5	4	4	4	3	3	4	4	5	52	33
3	2	2	2	4	3	4	2	3	2	3	4	4	4	41	34
3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	44	35
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	51	36



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	55
4	3	4	3	5	4	4	3	2	2	3	4	4	48
5	5	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	5	59
3	3	4	2	5	5	5	3	3	3	4	4	4	52
3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	50
3	4	3	3	5	4	4	3	2	3	4	3	3	48
4	2	3	3	5	5	4	3	2	2	3	3	4	47
3	2	3	2	5	3	3	2	3	3	4	4	3	44
3	2	3	2	5	4	3	2	3	4	4	4	2	44
3	3	4	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	52
3	3	3	3	4	4	3	5	3	2	3	4	3	45
3	5	2	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	46
4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	48
5	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	55
3	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	4	4	51
4	3	3	3	5	5	5	4	3	3	4	4	4	53
5	4	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	55
3	4	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	51
4	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	4	4	42
5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	61
4	2	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	54
4	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	59
4	4	3	1	5	3	5	5	1	4	5	4	1	49
3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	56
4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	62
3	3	1	1	3	2	4	5	3	4	3	4	3	42
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	47
4	4	2	2	5	3	3	4	4	3	3	4	3	49
3	2	1	1	4	4	1	4	1	2	2	3	2	34
3	2	3	3	5	5	4	4	3	4	4	3	3	50
5	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	56
4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	60
5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	63
4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	63
4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	61
4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	63
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	62
4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	60



© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	58
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	51
4	4	3	3	5	3	4	4	3	4	4	5	3	54
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	54
4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	3	56
5	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	62
5	5	3	3	5	3	4	5	4	5	5	5	4	61
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	64
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	63
4	5	4	3	5	3	4	3	4	3	5	4	4	56
4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	63
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	62
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	59
5	3	3	3	5	3	4	5	5	4	4	5	3	56

NO RESPONDEN		MINAT BELI									
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y
	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	32
	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	31
	3	3	3	4	5	5	4	3	3	3	33
	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	34
	5	3	4	4	5	5	3	4	3	3	34
	6	3	3	2	2	3	4	3	3	3	26
State Islamic University of Sultan Syarif	7	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
	8	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
	9	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
	10	4	2	4	4	4	4	4	3	3	32
	11	4	4	3	4	5	3	4	5	5	37
	12	4	3	4	4	4	4	3	3	3	32
	13	4	3	3	4	3	4	1	2	1	25
	14	5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
	17	4	2	4	5	3	5	3	3	3	32
	18	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
	19	3	3	4	4	4	4	3	2	4	31
	20	2	2	2	3	3	3	2	2	3	22
	21	3	3	4	5	3	5	3	4	4	34
	22	3	3	2	3	4	4	2	2	4	27



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

23	3	4	4	5	5	3	4	3	3	34
24	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
25	3	3	4	3	4	4	4	3	3	31
26	3	4	3	4	4	3	2	2	3	28
27	4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
28	4	3	3	5	4	3	4	4	3	33
29	4	4	3	5	5	3	4	5	4	37
30	4	3	4	5	5	5	3	3	3	35
31	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33
32	4	3	4	5	4	4	3	3	4	34
33	3	4	5	5	4	4	5	4	3	37
34	3	2	3	4	4	4	2	2	2	26
35	3	3	4	4	4	4	3	5	2	32
36	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29
37	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
38	3	3	5	4	5	4	3	3	3	33
39	3	5	4	4	4	5	4	4	4	37
40	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
41	4	3	3	4	3	4	3	4	3	31
42	4	3	4	5	4	4	3	3	3	33
43	3	3	4	4	3	3	3	4	3	30
44	4	3	3	5	3	4	3	4	4	33
45	4	2	3	4	4	5	3	4	3	32
46	4	3	3	4	4	5	3	2	2	30
47	4	5	3	4	5	4	3	5	3	36
48	4	3	4	4	4	4	3	3	3	32
49	4	3	4	3	3	3	5	4	3	32
50	4	4	5	5	5	4	4	4	3	38
51	4	3	4	5	4	4	3	3	4	34
52	4	3	5	3	4	4	3	4	4	34
53	3	3	4	5	5	5	3	3	4	35
54	3	4	2	4	4	3	3	3	3	29
55	3	3	4	5	5	4	3	3	3	33
56	4	5	5	5	4	3	5	3	4	38
57	5	5	4	5	4	5	4	3	2	37
58	4	3	5	5	5	5	3	3	3	36
59	1	1	3	5	5	5	1	5	1	27
60	2	2	3	3	3	3	4	4	3	27
61	3	3	3	4	4	4	3	5	4	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

62	4	5	5	4	3	3	4	5	5	38
63	1	3	3	3	3	4	2	3	2	24
64	4	2	2	4	4	3	2	3	4	28
65	4	3	2	3	3	4	2	4	3	28
66	3	2	2	3	3	4	3	4	3	27
67	4	2	2	4	4	4	3	4	4	31
68	3	2	3	4	4	5	2	3	2	28
69	5	4	3	4	5	4	5	5	5	40
70	5	4	4	4	5	5	4	4	5	40
71	4	5	5	5	4	4	5	4	3	39
72	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40
73	4	3	4	5	4	4	5	5	5	39
74	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40
75	5	4	3	4	5	5	4	3	5	38
76	4	3	4	5	5	5	4	3	5	38
77	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
78	4	3	3	4	5	4	4	3	3	33
79	3	2	2	3	4	3	4	4	4	29
80	4	4	5	5	5	4	3	5	5	40
81	3	4	3	5	5	5	4	4	3	36
82	4	4	4	5	3	4	5	5	4	38
83	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
84	5	5	4	4	5	5	3	4	5	40
85	5	4	4	5	4	5	4	4	3	38
86	4	5	3	5	5	4	4	4	3	37
87	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
88	4	4	3	5	4	5	3	5	4	37
89	4	3	3	4	4	5	4	5	4	36

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TABEL DURBIN WATSON

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.619 ^a	.383	.376	3.615	1.879

a. Predictors: (Constant), citra merek

b. Dependent Variable: minat beli

Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.303	3.415		2.431	.017
	religiusitas	.467	.064	.619	7.344	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.303	3.415		2.431	.017
	religiusitas	.467	.064	.619	7.344	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.376	3.615

a. Predictors: (Constant), religiusitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODAK FROOZEN FOOD SOSIS WIGO”**, yang ditulis oleh:

Nama : HERI PRASTIAWAN
NIM : 11625104215
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Oktober 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Budi Azwar, SE,M.Sc.AK

Sekretaris
Syamsurizal, SE,M.Sc.AK

Penguji I
Desi Devrika Devra ,M.Si

Penguji II
Jonnius, S.E,MM

Mengetahui:

Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah Dan Hukum

Jalinus,S.Ag

NIP. 197508012007011023

UIN SUSKA RIAU



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Heri Prastiawan
 NIM : 11625104215
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Judul : PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK FROZEN FOOD SOSIS VIGO

Pembimbing : Ahmad Hamdalah SE, ME,Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 29 Oktober 2021

Pimpinan Redaksi,



Dr. M. Alpi Syahrin, S.H., M.H., CPL
 NIP. 198804302019031010

hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DISTRIBUTOR

CV. CITA RASA BARU PEKANBARU

1. Sookarno Hatta Gg. Keluarga no 007 Kel. Sidomulyo Timur Kec. Marpoyan Damai

SURAT KETERANGAN

Nomor : 00135/CRB/SK/III/21

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan nomor 503/DPMPTSP/NON IZIN RISET/41779 tertanggal 16 Juni 2020, maka direktur Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru dengan ini menerangkan nama dibawah ini:

Nama : HERI PRASTIAWAN
NIM : 11625104125
PRODI : EKONOMI SYARIAH
PENJANG : S1

Telah kami setuju untuk melakukan pengambilan data dan penelitian dengan judul **PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK FROZEN FOOD SOSIS VIGO (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR CV. CITA RASA BARU PEKANBARU)**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 16 Agustus 2021

Direktur

Jumangin



© HAK CIPTA MILIK UIN SUSKA RIAU
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 30 April 2021

: Un 04/F.I/PP.00.9/3638/2021

: Bisa

: 1 (Satu) Proposal

: **Mohon Izin Riset**

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama	: HERI PRASTIAWAN
NIM	: 11625104215
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: X (Sepuluh)
Lokasi	: Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Frozen Food Sosis Vigo Menurut Ekonomi Syariah.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Kuasa Dekan



Dr. Wahidin. S.Ag, M.Ag
NIP. 19710108 199703 1 003

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. pengutipan sebagian atau seluruhnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kitab atau tinjauan suatu masalah.
b. pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmpstsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/41779
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Penunjukan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : UN/041.E.I/PP.00.9/3638/2021 Tanggal 30 April 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : HERI PRASTIAWAN |
| 2. NIM / KTP | : 11625104215 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK FROZEN FOOD SOSIS VIGO MENURUT EKONOMI SYARIAH (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR CV. CITA RASA BARU PEKANBARU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : PEKANBARU |

dengan ketentuan sebagai berikut:

tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 16 Juni 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

UIN SUSKA RIAU

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Walikota Pekanbaru
- Up. Kabag Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Berangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Al-Farid Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP



Heri Prastiawan, lahir di pulau Kijang pada tanggal 03 Mei 1998. dan juga sebagai anak ke- 4 dari 4 bersaudara. Hasan Asrofi, Ani Rahmawati, Indra Maulana Dan Heri Prastiawan lahir pada tanggal 03, Mei 1998 di Pulau Kijang, Kec. Reteh, Kab. Indra Giri Hilir, Riau.

Jenjang pendidikan yang pertama kali ditempuh oleh penulis adalah sekolah Dasar Yayasan Hidayatul Muhtadiin (YHM) Parit 07 Madani Pulau Kijang, Kec. Reteh,

Kab. Indra Giri Hilir, kemudian Lulus pada tahun 2016. Setelah itu, penulis melanjutkan studinya ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah,

Berkat do'a, kerja keras serta dukungan penuh dari keluarga, kerabat, dan teman-teman serta bimbingan dari dosen-dosen Fakultas Syariah Dan Hukum sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH**

RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK FROZEN FOOD SOSIS VIGO” Dan semenjak penulis dinyatakan

LULUS dalam ujian munaqasyah Pada Tanggal 18 Oktober 2021, penulis berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).